**БИЗНЕС-ПЛАН**

**инвестиционного проекта**

**"Студия звукозаписи VOID RECORD"**



Предприниматель:

Контактный номер телефона: 8 017 101-89-83

Руководители:

Дата разработки: 05.05.2023.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[1 РЕЗЮМЕ 3](#_Toc134253034)

[2 РАЗДЕЛ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ 3](#_Toc134253035)

[3 ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ 4](#_Toc134253036)

[4 ОПИСАНИЕ УСЛУГ 5](#_Toc134253037)

[5 АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ 7](#_Toc134253038)

[5.1 Анализ рынка 7](#_Toc134253039)

[5.2 Анализ конкурентов 7](#_Toc134253040)

[5.3 Обоснование стратегии маркетинга 8](#_Toc134253041)

[6 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН 10](#_Toc134253042)

[6.1 Основной производственный план 10](#_Toc134253043)

[6.2 План производства и реализации 13](#_Toc134253044)

[6.3 План развития производства 14](#_Toc134253045)

[6.3.1 План повышения организационного и технического уровня 14](#_Toc134253046)

[6.3.2 Развитие коллектива 14](#_Toc134253047)

[6.3.3 Мероприятия по охране окружающей среды 14](#_Toc134253048)

[7 ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ 15](#_Toc134253049)

[8 УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ 15](#_Toc134253050)

[8.1 Описание основных участников 15](#_Toc134253051)

[8.2 Организационная схема компании 16](#_Toc134253052)

[8.3 Порядок подбора, подготовки и оплаты труда сотрудников 16](#_Toc134253053)

[8.4 Организация учета и выполнения планов 18](#_Toc134253054)

[8.5 Мотивация выполнения планов в установленный срок, требуемого качества и с намеченными затратами 18](#_Toc134253055)

[9 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН 18](#_Toc134253056)

[9.1 Баланс денежных расходов и поступлений 18](#_Toc134253057)

[10 ОЦЕНКА РИСКОВ 21](#_Toc134253058)

[10.1 Внешние риски: 21](#_Toc134253059)

[10.2 Внутренние риски: 21](#_Toc134253060)

1 РЕЗЮМЕ

Данный бизнес-план разработан с целью обоснования финансово-экономической эффективности и финансовой реализуемости инвестиционного проекта по созданию студии звукозаписи.

Основной целью деятельности проектируемого предприятия является получение прибыли, достижения высокой конкурентоспособности предоставляемых услуг, удовлетворяющей требованиям потребителей, процветание предприятия, а также выход на лидирующие позиции на рынке.

К задачам деятельности предприятия относятся:

* повышение конкурентоспособности предоставляемых услуг за счёт улучшения качества и потребительских характеристик;
* удержание и расширение традиционных и выход на новые рынки сбыта;
* повышение производительности труда.

Предприятие планирует оказывать следующие услуги: запись голоса и инструментов, тюнинг вокала, сведение, мастеринг, текст песни, аранжировка песни, песня под «ключ».

Экономическая эффективность данного проекта находится на высоком уровне. Чистый доход по проекту в месяц составляет 63070 рублей. Динамический срок окупаемости 5 месяцев. Для выхода в безубыточную работу студии надо обслужить в год не менее 908 человек. По плану планируется обслужить 192503.

При заложенном в расчетах уровне доходов и затрат проект является эффективным и финансово состоятельным.

Приведенные результаты финансово-экономической оценки данного инвестиционного проекта свидетельствуют о целесообразности его дальнейшей реализации.

2 РАЗДЕЛ О КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Ограничения по разглашению информации:

1. Конфиденциальность: весь бизнес-план студии звукозаписи является конфиденциальной информацией и не может быть разглашен третьим лицам без явного согласия владельца или разработчика.
2. Раскрытие только необходимых данных: если необходимо обсуждать бизнес-план с инвесторами, то может быть разглашена только та информация, которая необходима для принятия инвестиционного решения.
3. Нераскрытие информации о клиентах и партнерах: информация о клиентах, партнерах, поставщиках и других третьих лицах не может быть разглашена без их явного согласия.

Ограничения по копированию и распространению информации:

1. Копирование и распространение: бизнес-план студии звукозаписи не может быть скопирован или распространен без явного согласия владельца или разработчика.
2. Хранение: любые копии бизнес-плана должны храниться в безопасности и не могут быть доступны третьим лицам без разрешения владельца или разработчика.

Требование вернуть бизнес-план владельцу (или разработчику), если инвестор отказывает в финансировании проекта:

1. Возврат: любые копии бизнес-плана должны быть возвращены владельцу или разработчику, если инвестор отказывается финансировать проект.
2. Уничтожение: любые копии бизнес-плана должны быть уничтожены, если инвестор отказывается финансировать проект.

Общие положения:

1. Согласие: любое лицо, которому разглашается конфиденциальная информация, должно дать письменное согласие на соблюдение ограничений по конфиденциальности.
2. Электронная безопасность: любые электронные копии бизнес-плана должны быть защищены паролем и храниться на защищенных серверах.
3. Срок действия: ограничения по конфиденциальности должны быть действительны в течение срока действия бизнес-плана, а также после его прекращения.
4. Нарушение: любое нарушение ограничений по конфиденциальности должно преследоваться в соответствии с действующим законодательством.
5. Изменение положений: владелец или разработчик могут изменить условия ограничения конфиденциальности в любое время и без предварительного уведомления. Такие изменения должны быть согласованы с сотрудниками и контрагентами, которые имеют доступ к конфиденциальной информации.

****3 ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ****

Основные виды деятельности студии звукозаписи:

1. Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений.
2. Издание аудиовизуальных произведений на магнитных, электронных и цифровых носителях.
3. Деятельность в области образования и репетиторства.

Деятельность студии звукозаписи направлена на предоставление высококачественных услуг клиентам.

Основной целью предприятия является получение прибыли, достижения высокой конкурентоспособности предоставляемых услуг, удовлетворяющей требованиям потребителей, процветание предприятия, а также выход на лидирующие позиции на рынке.

В своем развитии предприятие планирует пройти следующие стадии:

1. Начала своей деятельности, приобретение первых клиентов и закрепление своей позиции на рынке.
2. Расширение географии предприятия в пределах Минска.
3. Начало сотрудничества с производителями музыкальной аппаратуры, популярными музыкальными группами.
4. Организация собственной франчайзи. Расширение географии за пределами Минска.

По организационно-правовой форме предприятие представляет собой ИП, что предоставляет такие преимущества как: относительная простота начала предпринимательской деятельности и общий порядок налогообложения, предусматривающий уплату подоходного налога с физлиц.

Компания предлагает своим клиентам широкий выбор услуг для их комфортного занятия музыкой. Начиная от звукозаписи, продолжая сведением и заканчивая предоставлением обучающих услуг в сфере вокала и звукорежиссуры. Для каждой из услуг предприятие готово выставить первоклассных специалистов, проходящих строгий отбор на свою должность.

Важной географической рамкой для студии является доступность, в особенности для музыкальных групп, использующих в своей деятельности крупные музыкальные инструменты. В связи с этим местоположение необходимо выбирать в пределах доступности общественного транспорта. Кроме того, необходимо оценивать шумовой фон окружения, а также наличие стабильного доступа к электричеству. В связи с изложенным выше наиболее привлекательными вариантами являются арендуемые помещения в торговых центрах и жилых комплексах.

От конкурентов данная студия звукозаписи отличается профессионализмом персонала, индивидуальным подходом к каждому из клиентов, незабываемым дизайном и уютной рабочей атмосферой. Наличие педагогов по вокалу, а также образовательных курсов для соискателей выгодно выделяет данное предприятие на фоне конкурентов.

4 ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Студия звукозаписи предоставляет своим клиентам следующие услуги:

1. Звукозапись.
2. Песня в подарок.
3. Аранжировка.
4. Съемка видеоклипа в студии.
5. Курс звукорежиссуры.
6. Минусовка.
7. Сведение и мастеринг.
8. Урок вокала.

Подробнее о некоторых предоставляемых услугах.

Звукозапись. Для записи голоса клиенту потребуется минусовка (музыка без голоса) и текст песни. Если у него их нет, ничего страшного. Студийная команда профессионалов подберет клиенту подходящую музыку или напишет аранжировку и слова. Педагоги по вокалу позанимаются с ним индивидуально и помогут разучить песню перед исполнением при необходимости.

Звукозапись проводится в назначенный день и время. Процесс записи начинается с разминки — звукорежиссер попросит исполнить песню несколько раз от начала и до конца. При этом клиент будет отчетливо слышать свой голос и музыку в наушниках. После этого непосредственно начинается аудиозапись. Звукорежиссер работает, направляет и подсказывает клиенту как лучше спеть. Работа над всей песней ведется отдельно по припевам, куплетам, строчкам и отдельным фразам, пока не получится достойный результат.

Аранжировка. Чтобы заказать аранжировку композиции, а также ее последующее сведение и мастеринг, необходимо указать желаемый стиль будущей песни или прислать аудиофайл исполнителя, звучание которого максимально близко задумке клиента. Музыкальная аранжировка на заказ — это процесс подготовки музыкального материала заказчика для предоставления его в отличной от изначальной формы. Аранжировка музыки может включать изменение гармонии, размера и ритма, добавление дополнительного материала, например, для вступления и заключения. Данный тип обработки авторского материала может как полностью перекроить первоначальную идею, так и сохранить авторскую гармонию.

Курс звукорежиссуры. Курс рассчитан как для начинающих с нуля, так и для тех, кто уже имеет базовые знания. Занятия построены по принципу меньше теории, больше практики! Что дает в кратчайшие сроки максимально усвоить весь курс с легкостью и большим удовольствием. По прохождению данного курса клиент научится звукозаписи, принципам аранжировки и созданию битов, тюнингу голос, сведению и мастерингу. Кроме того, прохождение курса дает право на трудоустройства звукорежиссером, битмейкером, аранжировщиком в студии

Сведение и мастеринг. В современной звукозаписи все источники звука записываются на отдельные звуковые дорожки, из которых в процессе сведения получается единый аудио-трек. От сведения напрямую зависит, насколько сильный эффект будет оказывать запись на слушателя. Читаемость всех элементов микса и динамика - это лишь самая элементарная задача сведения, но ещё важнее свести запись таким образом, чтобы каждая музыкальная идея производила максимальный эффект на слушателя.

По результатам сведения и мастеринга запись приобретёт профессиональное, «коммерческое» звучание, станет звучать громче, плотнее, объемнее. Запись клиента станет убедительно звучать на любой бытовой аппаратуре (автомагнитолы, компьютерные колонки, сотовые телефоны). Мастеринг сгладит ошибки, допущенные при записи и сведении. Они часто имеют место, если запись и сведение композиции проходила в акустически-нелинейном помещении. Также при помощи мастеринга можно добиться одинакового звучания композиций на альбоме или в сборнике (даже если материал очень разнообразный).

Воспользоваться данными услугами имеют право клиенты любого возраста, пола, расы и вероисповедания.

Положительный отзыв о данных услугах могут дать такие исполнители, как Менделеев, Aleks Silver, Scaly Airship, Смит Адам, Марк Карлс, Ханс Циммер.

5 АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

5.1 Анализ рынка

Из всего населения города услугами фирма будут пользоваться, вероятнее всего, молодёжь и люди среднего возраста (до 35 лет). Таким образом, целевым сегментом фирмы будут люди в возрасте от 16 до 35 лет. Исходя из этого можно определить потенциальную ёмкость рынка услуг звукозаписи. В Минске проживает около 616 тыс. людей в возрасте 16-35 лет. Частота посещения – 1 раз в месяц. Средняя цена одного посещения: 50 рублей. Рассчитаем потенциальную ёмкость рынка: 616000 людей \* 1 посещение в месяц \* 50 рублей = 30800000 руб. – это примерный максимум рынка, больше которого он развиваться при нынешних условиях не сможет.

В настоящее время на рынке услуг звукозаписи в первомайском районе города Минска работают 8 фирм, которые предоставляют услуги звукозаписи, сведения, мастеринга и т.д. Доля рынка Первомайского района составляет 40% от совокупного минского рынка сбыта, что составляет 12320000 рублей. При это на долю фирм-конкурентов приходится в данный момент около 75%, неохваченная доля рынка составляет примерно 25%. Таким образом, прогнозируемая доля рынка проектируемой фирмы составит 12320000 рублей \* 0,25 = 3080000 рублей.

К факторам, влияющим на конъюнктуру рынка услуг звукозаписи, относятся, прежде всего, ускорение научно-технического прогресса. То, что раньше было доступно только на специально оборудованных студиях, сейчас обычный человек может позволить себе дома.

5.2 Анализ конкурентов

Основными конкурентами на рынке услуг звукозаписи для проектируемого предприятия будут выступать компании «Platinum», «Forz» и «Nerv-Records».

Для оценки сравнительных преимуществ фирм-конкурентов использован метод сегментации рынков по основным конкурентам. Результаты сравнения представлены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Оценка сравнительных преимуществ фирм-конкурентов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторы конкурентоспособности | Проектируемая  фирма | Главные конкуренты | | |
| «Platinum» | «Forz» | «Nerv-Records» |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| 1. Услуги |  |  |  |  |
| 1.1 Качество | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 1.2 Время исполнения заказов | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 1.3 Ассортимент | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 1.4 Уровень обслуживания | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 2. Цена |  |  |  |  |
| 2.1 Отпускная | 5 | 4 | 4 | 4 |
| * 1. Процент скидки с цены | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 3. Маркетинг |  |  |  |  |
| 3.1 Реклама | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 3.2 Стимулирование потребителей | 5 | 4 | 5 | 3 |
| Общее количество баллов: | 37 | 34 | 33 | 30 |

Каждый фактор в таблице получил оценку от 0 (наиболее слабые позиции) до 5 (доминирующие позиции). Оценки проставлялись в каждом из столбцов таблицы, а затем суммируются. Из приведенной таблицы видно, что наиболее сильным конкурентом будет выступать фотоцентр «Platinum», хотя интегральная оценка проектируемой фирмы выше, что связано с предполагаемым повышением уровня обслуживания и внедрения всесторонних услуг в сфере музыки. Слабыми сторонами проектируемой фирмы являются слабый охват рынка и недостаточность опыта работы.

## 5.3 Обоснование стратегии маркетинга

Стратегией маркетинга избирается стратегия качественного роста за счёт жёсткого контроля качества. Привлечение клиентов рекламой, в том числе в интернете, на радио, в специальных печатных изданиях. Профессиональный рост сотрудников. Расширение штата сотрудников увеличение времени работы студии.

Для обеспечения стратегии роста и расширения рынка сбыта будут осуществляться следующие мероприятия:

1. Гибкая политика ценообразования.

Цены на предоставляемые услуги будут устанавливаться методом «издержки плюс прибыль», с учётом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов.

Главным элементом ценовой политики фирмы должно стать введение компьютерного учёта всех клиентов фирмы с целью формирования клиентской базы, определения постоянных клиентов для предоставления им накопительных скидок и развития дальнейшего сотрудничества. Это позволит привлечь и сохранять постоянных клиентов и стабилизировать объём спроса.

Цены на все виды предоставляемых услуг проектируемого предприятия устанавливаются, исходя из существующих расценок на аналогичные услуги фирм-конкурентов на начало 2023 года.

Исходя из показателей инфляции и общей экономической ситуации в стране планируется ежегодное повышение цен на услуги на 8%.

Стоимость услуг проектируемого предприятия представлена в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Стоимость услуг проектируемого предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование услуг | Ед. измерения услуг | Средняя стоимость ед. измерения без НДС, руб. | Стоимость ед. измерения с НДС, руб. |
| Запись голоса и инструментов | час | 60 | 64,8 |
| Тюнинг вокала | аудиозапись | 150 | 162 |
| Сведение | аудиозапись | 400 | 432 |
| Мастеринг | аудиозапись | 55 | 59,4 |
| Текст песни | аудиозапись | 100 | 108 |
| Аранжировка песни | аудиозапись | 1500 | 1620 |
| Песня «под ключ» | аудиозапись | 2500 | 2700 |

К факторам, определяющим цены на услуги проектируемого предприятия относятся:

* количество заказов, уровень загрузки персонала;
* тенденции на рынке услуг звукозаписи.

2. Для достижения поставленных целей планируется развернуть широкомасштабную рекламную компанию с целью ознакомления потребителей с продукцией и ценами на нее.

Планируется использовать следующие основные каналы рекламного воздействия: интернет, специализированные издания (журналы), печатная реклама в музыкальных магазинах, студиях, культурно-развлекательных объектах, «сарафанное радио».

Продвижение продукции/услуг будет осуществляться за счёт рекламы в интернете («Яндекс-директ», «Вконтакте»), а также рекламы в специализированных печатных изданиях («Звукотехника», «What Hi-Fi»).

По итогам рекламной кампании предполагается, что привлечение клиентов в результате рекламных мероприятий займёт 5 месяцев, после чего предприятие достигнет планируемых объёмов реализации услуг (100%).

6 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

6.1 Основной производственный план

Создание студии звукозаписи планируется осуществить на базе аренды административно-торговых помещений в «БЦ Дана Центр» по ул. П. Мстиславца, д. 9 в ЖК «Маяк Минска», рядом с Национальной библиотекой. Общая площадь арендуемых помещений составит 72 м2.

Договор аренды предусматривает оборудование студии звукозаписи (включая дизайн) 9200 рублей и аренда 2304 рублей в месяц.

Помещение бытового обслуживания подразделяется на три основные функциональные группы, поэтому данный комплекс будет состоять из трех помещений.

Таблица 6.1 – Экспликация помещений

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Площадь, м2 |
| Комната для записи | 30 |
| Комната звукоинженера | 26 |
| Служебно-бытовое помещение | 16 |
| Итого | 72 |

Для осуществления услуг, предлагаемых проектируемым предприятием, необходимо наличие четырёх компьютеров, акустическая система, звуковая карта, несколько микрофонов, наушники вокалистов, эквалайзер и т.д.

Потребность в оборудовании для студии звукозаписи представлена в таблице 6.2. Также в данной таблице произведён расчёт амортизационных отчислений предприятия. В соответствии с амортизационной политикой проектируемого предприятия планируется начисление амортизации прямым методом.

Поставка оборудования и материальных средств будет осуществляться компанией ООО «DJSHOP».

В соответствии с планом производства и реализации продукции загрузка оборудования по годам проекта будет меньше, что позволит вести регулярное обслуживание для обеспечения бесперебойной работы.

Таблица 6.2 – Расчет затрат на оборудование и суммы амортизационных отчислений

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Цена за ед. р. | Кол-во ед., шт. | Стоимость всего, р. | Нормативный срок службы, лет | Сумма аморт. отчислений, р. в год |
| Кресло офисное Everprof EP-708 | 378 | 2 | 756 | 5 | 151 |
| Диван Brioli | 680 | 1 | 680 | 5 | 136 |
| Компьютерный стол | 400 | 1 | 400 | 5 | 80 |
| Студийный стол | 4500 | 1 | 4500 | 10 | 450 |
| Вешалка для одежды | 46 | 1 | 46 | 5 | 9 |
| Канцелярские принадлежности | 50 | 1 | 50 | 5 | 10 |
| Принтер HP LaserJetPM28a | 680 | 1 | 680 | 5 | 136 |
| Компьютер Apple Mac Studio | 8700 | 1 | 8700 | 5 | 1740 |
| Дисплей Apple Studio Display | 5800 | 1 | 5800 | 5 | 1160 |
| Акустическая система JBL EON615 | 1310 | 1 | 1310 | 8 | 164 |
| Студийный монитор JBL LSR305 | 510 | 1 | 510 | 8 | 64 |
| Мультимедийные колонки Behringer MS40 | 570 | 1 | 570 | 8 | 71 |
| Студийные наушники BeyerDynamic DT 770 PRO | 600 | 2 | 1200 | 2 | 600 |
| Автономная рабочая станция Akai Pro MPC X | 5740 | 1 | 5740 | 10 | 574 |
| Предусилитель Warm Audio TB12 | 2500 | 1 | 2500 | 10 | 250 |
| Процессор обработки Behringer Ultracurve Pro Deq2496 Eq | 1334 | 1 | 1334 | 8 | 167 |
| Процессор эффектов Lexicon MX400XL Dual Stereo/Surround Reverb Processor | 1100 | 1 | 1100 | 8 | 138 |
| Студийная звукоизоляция Acoustic Pyramid 60 Графит | 590 | 2 | 1180 | 5 | 236 |
| Стойки под студийные мониторы IsoAcoustics ISO-L8R130 | 340 | 1 | 340 | 5 | 68 |
| Экран sE Electronics Reflexion Filter Pro | 660 | 1 | 660 | 8 | 132 |
| Цифровой конвертер RME ADI-2 Pro FS R | 4840 | 1 | 4840 | 8 | 605 |
| Студийные микрофоны Audio-Technica AT2035 | 700 | 4 | 2800 | 5 | 560 |
| Звуковая карта Focusrite Scarlett 2i4 2nd Gen | 440 | 1 | 440 | 6 | 74 |
| Итого | - | - | 46136 | - | 7575 |

Потребность в сырье и материалах, необходимых для реализации всего комплекса услуг, состоит из сырья и материалов для обслуживания основного оборудования, комплекса лицензионного программного обеспечения, из инструментов и материалов для осуществления работы персонала и представлена в таблице 6.3.

Планируется, что поставки расходных сырья, материалов и прочей фотопродукции будут осуществляться один раз в месяц. Расчеты материалов и сырья рассчитывается согласно прогнозируемому годовому объему услуг при условии выхода на 100% загрузку.

Таблица 6.3. – Потребность в сырье и материалах в год

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование материала, ед. измерения | Норма расхода (год.) | Цена за ед. материала, руб. | Общая стоимость материала в год, руб. |
| Бумага А4, упак. (500 л.) | 15 | 20 | 300 |
| Заправка принтера | 8 | 20 | 160 |
| CD-диск для записи, шт. | 200 | 1 | 200 |
| Итого | | | 660 |

Расчет потребности в трудовых ресурсах и расходов на оплату труда работников рассмотрим в таблице 6.4.

Таблица 6.4 – Расчет потребности в трудовых ресурсах и расходов на оплату труда работников

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование  Показателя | Среднесписочная численность, чел. | Среднемесячная зарплата 1 работника, руб. | Годовые расходы на оплату труда, руб. |
| 1. Персонал, занятый основной деятельностью, всего | 7 | 1267 | 109200 |
| Звукорежисер | 2 | 1500 | 36000 |
| Звукоинженер | 1 | 1200 | 14400 |
| Автор текстов | 1 | 1400 | 16800 |
| Уборщик | 1 | 700 | 8400 |
| Финансовый аналитик | 1 | 1400 | 16800 |
| Технический директор | 1 | 1400 | 16800 |
| 2. Отчисления на социальные нужды (35 %) |  |  | 38220 |
| 3. Итого расходов на оплату труда |  |  | 147420 |

6.2 План производства и реализации

Предполагаемые объемы реализации услуг и цены при достижении проектом планируемых показателей выручки представлены в таблице 6.5.

Таблица 6.5 – Объемы реализации всего комплекса услуг

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование услуг | Ед. измерения услуг | Объем реализации в год | Стоимость ед. измерения, руб. | Выручка от реализации в год, руб. |
| Звукозапись | Час | 1936 | 60 | 116160 |
| Тюнинг вокала | Аудиозапись | 484 | 150 | 72600 |
| Сведение | Аудиозапись | 484 | 400 | 193600 |
| Мастеринг | Аудиозапись | 242 | 55 | 13310 |
| Текст песни | Аудиозапись | 242 | 100 | 24200 |
| Аранжировка песни | Аудиозапись | 121 | 1500 | 181500 |
| Песня под «ключ» | Аудиозапись | 61 | 2500 | 152500 |
| Итого |  | 3570 |  | 753870 |

За первый год планируется реализовать 60% услуг, за второй 80%, за третий – 100%. Подробный план представлен на рисунке 6.1.

Рисунок 6.1 – Планируемые объёмы реализации услуг предприятия

6.3 План развития производства

План развития производства для студии звукозаписи включает в себя:

6.3.1 План повышения организационного и технического уровня

* Обновление и модернизация оборудования, улучшение звукозаписывающего оборудования и программного обеспечения.
* Развитие и внедрение новых технологий, таких как обработка звука в виртуальном пространстве, использование алгоритмов искусственного интеллекта для анализа и обработки аудиоматериалов.
* Улучшение организационных процессов, повышение эффективности управления проектами и коммуникации внутри коллектива.

6.3.2 Развитие коллектива

* Обучение и поддержка персонала, обновление знаний и навыков, в том числе в области звукозаписи, микширования и мастеринга.
* Создание командного духа и сотрудничества, организация внутренних мероприятий и тренингов.
* Поддержка карьерного роста и возможности для профессионального развития.

6.3.3 Мероприятия по охране окружающей среды

* Реализация энергосберегающих и экологически чистых решений в студии звукозаписи, таких как использование энергосберегающих ламп, установка оборудования с высокой эффективностью, сортировка и переработка отходов.
* Обучение персонала правилам использования ресурсов и обеспечения чистоты и порядка в студии.
* Внедрение экологических стандартов и требований во все процессы, связанные с работой студии.

7 ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

График реализации проекта представлен в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Календарный график реализации инвестиционного проекта

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование этапа | 1 мая | 1 июня | 1 июля | 1 авг. | Затраты на реализацию, р. |
| Регистрация деятельности | \* |  |  |  | 18,5 |
| Аренда помещения | \* |  |  |  | 9216 |
| Оплата оборудования | \* |  |  |  | 46136 |
| Согласование проекта со службами |  | \* |  |  |  |
| Ремонт, подготовка помещений | \* | \* |  |  | 6133 |
| Набор персонала |  | \* | \* |  |  |
| Монтаж и установка оборудования |  |  | \* |  | 3067 |
| Реклама |  |  | \* |  | 1800 |
| Расстановка мебели и пробный запуск |  |  | \* |  |  |
| Уведомление о начале деятельности |  |  |  | \* |  |
| Начало деятельности |  |  |  | \* |  |
| Итого: 66370,5 р. | | | | | |

8 УПРАВЛЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ

8.1 Описание основных участников

Учредитель – определяет стратегии и цели студии, нанимает и управляет частью персонала, устанавливает контакты с клиентами, рекламирует услуги студии.

Технический директор – управляет техническим персоналом студии, управляет бюджетом технической части студии, включая закупку нового оборудования, обслуживание и ремонт текущего оборудования, обучает и развивает персонал студии в области звукозаписи, технологии и новых технических решений.

Финансовый аналитик – анализирует финансовые показатели студии, такие как прибыль, затраты, расходы, налоги, бюджет и т.д. и делает выводы о финансовом состоянии студии, прогнозирует финансовые результаты, управляет финансами студии, разрабатывает бюджет, определяет цены на услуги студии, контролирует расходы и доходы.

Автор текстов – пишет тексты для песен, аудиокниг, радио- и телепередач, рекламы и других проектов, в которых требуется текст.

Звукорежиссер – планирует процесс звукозаписи, работает с музыкантами и певцами, контролирует качество звука на каждом этапе процесса звукозаписи, чтобы гарантировать, что окончательный результат соответствует требованиям заказчика.

Звукоинженер – звукоинженер устанавливает и настраивает звукозаписывающее оборудование, микрофоны, синтезаторы, процессоры эффектов и другое оборудование, контролирует процесс звукозаписи и отслеживает качество звука, переключает микрофоны и оборудование в зависимости от потребностей сессии, а также обеспечивает сохранность записей, создает и использует звуковые эффекты для улучшения звука.

Уборщик – должен убирать помещения.

8.2 Организационная схема компании

Организационная схема компании представлена на рисунке 9.1. В ней представлена структура компании и отображены взаимоотношения между различными должностными лицами.

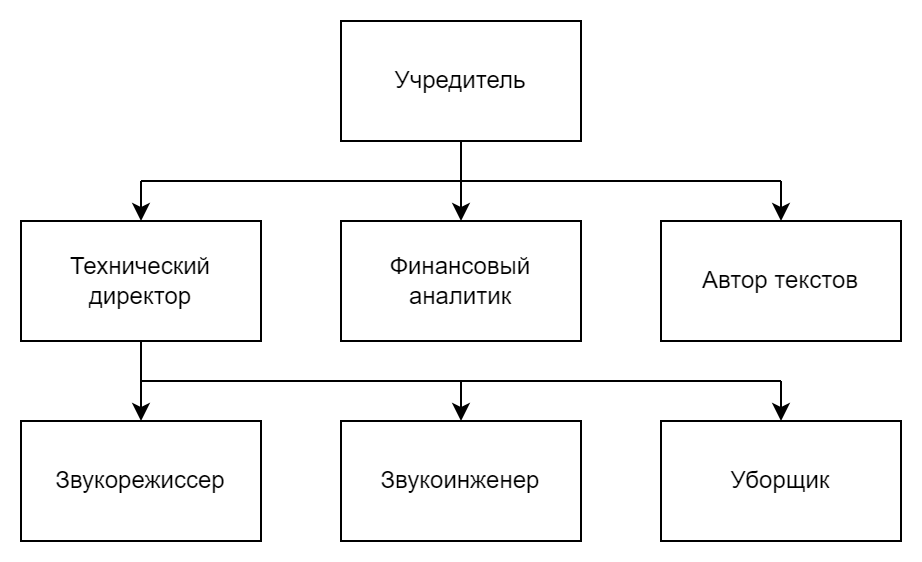


Рисунок 9.1 – Организационная схема.

8.3 Порядок подбора, подготовки и оплаты труда сотрудников

Требования, предъявляемые к техническому персоналу:

1. Технический персонал должен иметь знание и опыт работы с профессиональным аудиооборудованием, таким как микшерные пульты, преампы, компрессоры, эквалайзеры, а также со звуковыми программами и плагинами.
2. Технический персонал должен иметь знание основ звукозаписи, включая теорию звука, знание форматов записи.
3. Желательно, чтобы технический персонал имел опыт работы в звукозаписывающей студии.

Данные требования не относятся к уборщикам.

Требования, предъявляемые к автору песен:

1. Автор текстов должен иметь отличное владение языком и уметь писать грамотно, логично и интересно.
2. В музыкальной индустрии важно выделяться и привлекать внимание аудитории, поэтому автор текстов должен быть креативным и уметь придумывать необычные идеи для текстов.

Требования, предъявляемые к финансовому аналитику:

1. Высшее или среднее специальное экономическое образование, желательно с уклоном в финансы и бухгалтерский учет.
2. Желателен опыт работы в области финансов и учета.
3. Глубокое понимание бухгалтерского учета, налогового законодательства, принципов финансового анализа, умение анализировать финансовые отчеты и прогнозировать бюджеты.

Поиск кандидатов может быть проведен через объявления в соответствующих профильных сайтах и газетах, через социальные сети или рекомендации от текущих сотрудников.

Необходимо отобрать наиболее подходящих кандидатов на основе предоставленной ими информации. Также можно провести телефонное интервью или предварительное собеседование, чтобы уточнить некоторые детали.

После принятия решения о найме необходимо провести вводный курс обучения и инструктаж нового сотрудника, чтобы помочь ему адаптироваться к новому месту работы и основным процедурам.

Для повышения квалификации технического персонала, необходимо устраивать их на курсы.

Порядок оплаты труда сотрудников определяется трудовым договором. Сотрудник получает определенную сумму заработной платы в месяц, которая остается неизменной в течение периода действия трудового договора. Кроме того, в некоторых случаях используются премии и бонусы за достижение целей, выполнение определенных задач или работу в сверхурочное время. Оплата труда должна соответствовать квалификации и опыту работы сотрудника.

8.4 Организация учета и выполнения планов

Для организации выполнения планов требуется определять конкретные цели и задачи, которые необходимо достичь в рамках плана. Цели и задачи должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и своевременными. Каждый сотрудник должен знать, что ему нужно делать, какие ресурсы ему доступны и какие ограничения у него есть.

Необходимо создать систему мониторинга и отчетности для отслеживания выполнения плана. Система мониторинга должна включать в себя сбор данных, анализ результатов и отчетность. Это позволит учредителю и сотрудникам быстро реагировать на изменения ситуации и корректировать действия.

Очень важно контролировать затраты на выполнение плана и не допустить превышение бюджета. Для этого необходимо создать систему учета затрат и контролировать ее выполнение.

8.5 Мотивация выполнения планов в установленный срок, требуемого качества и с намеченными затратами

Сотрудникам должны быть предоставлены четкие инструкции и назначены ясные сроки, чтобы они могли достичь целей. Также, каждый сотрудник должен понимать свои обязанности и ответственности.

Следует регулярно контролировать и оценивать результаты работы, чтобы оценить эффективность сотрудников и при необходимости внести корректировки в работу.

Сотрудникам необходимо предоставлять возможности для поощрения и вознаграждения за достижение целей и выполнение задач. Это может быть, как материальное вознаграждение, так и нематериальное - похвала, благодарность и т.д.

Обучение и развитие сотрудников помогает повышать их квалификацию и компетенции, что способствует более эффективному выполнению задач и достижению целей.

9 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

9.1 Баланс денежных расходов и поступлений

Расчет чистой прибыли по проекту и направления ее использования приведены в таблице 9.1. Полные затраты составляют: 192503

Таблица 9.1 – Расчет чистой прибыли от проекта, р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | По годам реализации проекта | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Выручка от реализации | 452322 | 603096 | 753870 | 829257 |
| НДС | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Налог при УСН | 22616 | 30154 | 37693 | 41462 |
| Единый налог | 1104 | 1104 | 1104 | 1104 |
| Выручка без косвенных налогов | 428602 | 571838 | 715073 | 786691 |
| Себестоимость | 192503 | 192503 | 192503 | 192503 |
| Прибыль от реализации | 236099 | 379335 | 522570 | 594188 |
| Прочая прибыль | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Общая прибыль | 236099 | 379335 | 522570 | 594188 |
| Налоги из прибыли | 28343 | 45522 | 62710 | 71305 |
| Чистая прибыль | 207756 | 333813 | 459860 | 522883 |
| Выплачено дивидендов | 207756 | 333813 | 459860 | 522883 |
| Инвестировано во внеоборотные активы | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Инвестировано в оборотные активы | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Нераспределенная прибыль | 0 | 0 | 0 | 0 |

Проект баланса по годам реализации проекта представлен в табл. 10.

Таблица 10 – Проектно-балансовая ведомость по организации, р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | По годам реализации проекта | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Внеоборотные активы | 17525 | 17525 | 17525 | 17525 |
| Оборотные активы | 21650 | 21650 | 21650 | 21650 |
| **ИТОГО ПО АКТИВУ** | 39175 | 39175 | 39175 | 39175 |
| Капитал и резервы (собственные средства) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Уставный фонд | 39175 | 39175 | 39175 | 39175 |
| Нераспределенная прибыль | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Прочие источники собственных средств | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Долгосрочные обязательства | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Краткосрочные обязательства | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **ИТОГО ПО ПАССИВУ** | 39175 | 39175 | 39175 | 39175 |

Расчет потока денежных средств организации приведен в табл. 11.

Таблица 11 – Расчет потока денежных средств по организации, р.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | По годам реализации проекта | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **ПРИТОК СРЕДСТВ** | 207756 | 333813 | 459860 | 522883 |
| Выручка | 168581 | 333813 | 459860 | 522883 |
| Вложение в уставный фонд | 39175 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **ОТТОК СРЕДСТВ** | 168581 | 333813 | 459860 | 522883 |
| Оплата материальных ресурсов | 4305 | 4305 | 4305 | 4305 |
| Выплата заработной платы | 147420 | 147420 | 147420 | 147420 |
| Налоги и прочие выплаты из себестоимости | 45834 | 45834 | 45834 | 45834 |
| Налоги из прибыли | 28343 | 45522 | 62710 | 71305 |
| Налоги из выручки | 10636 | 21060 | 29013 | 32989 |
| Выплата дивидендов | 207756 | 333813 | 459860 | 522883 |
| Прирост оборотных активов | 17525 | 0 | 0 | 0 |
| Покупка оборудования | 21650 | 0 | 0 | 0 |
|  |  |  |  |  |
| САЛЬДО | 7575 | 7575 | 7575 | 7575 |
|  |  |  |  |  |
| Денежных средств на начало периода | 0 | 46750 | 54325 | 61900 |
| Денежных средств на конец периода | 46750 | 54325 | 61900 | 69425 |

**Динамический срок окупаемости.** Учитывая, что в первый год приток клиентов будет составлять 60%, то срок окупаемости данного продукта составляет 5 месяцев.

**Рентабельность активов** равна:

РА = чистая прибыль / активы = 530%, 852%, 1330%, 1516% (1-4 год соотв.)

**Анализ точки безубыточности.** Так как один клиент в среднем покупает услугу за 212 руб., то уравнение выручки будет равно:

у = 212 · х.

Так как в случае студии звукозаписи практически невозможно выделить переменные издержки на одного клиента, то будем считать, что в данном случае есть только постоянные издержки. В год они составляют   
192503 р.

Средняя стоимость услуги (кол-во услуг в год/общая стоимость услуг) равна 212 руб.

Тогда для выхода на безубыточную работу приложению нужно обслуживать в год не менее 908 чел. (192503 / 212). По плану 3570 чел., т.е. на 293 % больше.

10 ОЦЕНКА РИСКОВ

10.1 Внешние риски:

1.1. Изменение законодательства и требований к качеству звукозаписи.

Вероятность возникновения - высокая.

Влияние на бизнес-процессы - среднее.

План действий: следить за изменениями законодательства и требованиями к качеству звукозаписи, проводить обучение персонала для соблюдения новых требований, обновлять оборудование при необходимости.

1.2. Экономические кризисы и колебания рынка.

Вероятность возникновения - средняя.

Влияние на бизнес-процессы - высокое.

План действий: разработать бюджет и стратегию на случай экономических кризисов, вести активную маркетинговую кампанию для удержания существующих клиентов и привлечения новых, сократить расходы, если необходимо.

1.3. Несоответствие ожиданиям клиентов.

Вероятность возникновения - низкая.

Влияние на бизнес-процессы - высокое.

План действий: следить за требованиями и пожеланиями клиентов, внимательно прослушивать их мнение, проводить опросы для выявления потребностей клиентов, улучшать качество звукозаписи и услуг, предлагаемых студией.

1.4. Конкуренция на рынке звукозаписи.

Вероятность возникновения - средняя.

Влияние на бизнес-процессы - среднее.

План действий: изучать конкурентов и их стратегии, проводить мониторинг рынка и анализировать тенденции, разрабатывать уникальные предложения и акции для клиентов, улучшать качество звукозаписи и услуг, предлагаемых студией. Также можно развивать сотрудничество с музыкальными продюсерами и лейблами, создавать собственные проекты и продвигать их на рынке.

10.2 Внутренние риски:

2.1. Нехватка средств для оплаты аренды помещения в связи с престижностью арендуемого места, а также нехватка средств для зарплаты персонала.

Вероятность возникновения - крайне низкая.

Влияние на бизнес-процессы - высокое.

План действий: вести учет расходов и доходов, следить за финансовым состоянием компании, разрабатывать резервный фонд, вести активную маркетинговую кампанию для привлечения новых клиентов.

2.2. Ошибки в управлении.

Вероятность возникновения - средняя.

Влияние на бизнес-процессы - высокое.

План действий: обучать персонал и улучшать процессы управления, вести систематический мониторинг и анализ результатов работы, осуществлять регулярные встречи и обсуждения сотрудников.

2.3. Недостаточная квалификация персонала.

Вероятность возникновения - низкая.

Влияние на бизнес-процессы - среднее.

План действий: проводить регулярное обучение и тренинги для персонала, улучшать процессы найма и отбора кандидатов, предоставлять возможности для профессионального роста и развития сотрудников.

2.4. Технические сбои в оборудовании.

Вероятность возникновения - средняя.

Влияние на бизнес-процессы - высокое.

План действий: проводить регулярную техническую проверку и обслуживание оборудования, создавать резервные копии данных, устанавливать систему автоматического резервирования, быстро реагировать на технические проблемы и обеспечивать их быстрое устранение.